

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PREJUICIO HACIA LOS INDÍGENAS

Carlos Muñiz
(Coordinador)



editorial
fontamara



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PREJUICIO HACIA LOS INDÍGENAS



Colección dirigida por

Juan de Dios González Ibarra

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PREJUICIO HACIA LOS INDÍGENAS

Carlos Muñiz
(Coordinador)

editorial
fontamara



Primera edición: 2013

Reservados todos los derechos conforme a la ley

©Carlos Muñoz Muriel *et al.*

©Distribuciones Fontamara, S. A.

Av. Hidalgo No. 47-b, Colonia Del Carmen

Deleg. Coyoacán, 04100, México, D. F.

Tels. 5659•7117 y 5659•7978 Fax 5658•4282

Email: contacto@fontamara.com.mx

www.fontamara.com.mx

ISBN 978-607-736-009-7

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

ÍNDICE

Presentación	7
Prólogo. Medios de comunicación y minorías étnicas	9
<i>Juan-José Igartua</i>	
I. Población indígena y educación en Nuevo León: el difícil reto de la interculturalidad	19
<i>José Juan Olvera Gudiño</i>	
II. ¿Qué consumen?, ¿qué ven? Estudio de la dieta televisiva de los estudiantes de bachillerato	35
<i>Alma Elena Gutiérrez</i> <i>Moisés Torres</i>	
III. La presencia indígena en los programas de ficción y entretenimiento de la televisión mexicana	51
<i>Felipe de Jesús Maraión</i> <i>Alma Rosa Saldierna</i> <i>Carlos Muñiz</i>	
IV. El indígena imaginado. Estereotipos presentes en el discurso sobre la población indígena	67
<i>Juan Antonio Doncel</i>	

V. Actitudes hacia los indígenas. Prejuicio sutil y manifiesto en el discurso de los estudiantes de bachillerato	89
<i>Victoria Isabela Corduneanu</i>	
VI. El consumo televisivo y su papel en el fortalecimiento del prejuicio hacia los indígenas	107
<i>Carlos Muñiz</i>	
VII. Entre la integración y la exclusión. Procesos de aculturación hacia la población indígena regiomontana	125
<i>Alba Belinda Rodríguez</i>	
VIII. La tolerancia como condición de posibilidad de una sociedad intercultural	143
<i>Francisco Javier Serrano-Bosquet</i>	

III

LA PRESENCIA INDÍGENA EN LOS PROGRAMAS DE FICCIÓN Y ENTRETENIMIENTO DE LA TELEVISIÓN MEXICANA*

*Felipe de Jesús Marañón***

*Alma Rosa Saldierna****

*Carlos Muñiz*****

Introducción

A pesar de que México es un país con gran cantidad de raíces étnicas, esto no ha sido suficiente para tener una imagen prominente de las personas, pueblos y comunidades indígenas herederas de ese pasado y que esa imagen haya permitido configurar una identidad nacional. Al ir avanzando a pasos agigantados hacia una nueva era, después de la Independencia, Revolución y el caudillismo, México fue dejando atrás y poco

* Este estudio forma parte del proyecto de investigación titulado "Efectos de la representación de los indígenas en los medios de comunicación sobre su percepción por la población juvenil", financiado por CONACYT en su convocatoria de 2008 de Investigación Básica SEP-CONACYT (Clave 97975), modalidad Joven Investigador (J2).

** Maestro en Ciencias con especialidad en Comunicación por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Actualmente es becario de investigación CONACYT en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León donde cursa el Doctorado en Filosofía con Acentuación en Ciencias Políticas. Se le puede contactar en: felipedejesusml@gmail.com

*** Maestra en Gestión y Políticas Públicas por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Actualmente es becaria de investigación CONACYT en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León donde cursa el Doctorado en Filosofía con Acentuación en Ciencias Políticas. Se le puede contactar en: saldierna_alma@yahoo.com.mx

**** Doctor en Comunicación por la Universidad de Salamanca (2007) y profesor titular de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I. Sus líneas de investigación se centran en el estudio de los efectos mediáticos y el estudio de la representación de las minorías en los medios. Se le puede contactar en: carlos.munizm@uanl.mx / carmunizmuriel@gmail.com

a poco relegando su pasado indígena. Aunque por una parte se ha exaltado y reconocido en fiestas patrias o ceremonias importantes como una especie de ícono, también se ha realizado un rechazo hacia esta raíz indígena, generando una segregación cada vez mayor para sus integrantes (Durin, 2007). En su concepción más básica indígena significa “originario de un lugar” (Navarrete, 2008), pero ¿en realidad quienes son los indígenas?, y si no tenemos contacto directo con ellos, ¿cómo podemos conocerlos?

En este sentido, los medios de comunicación ocupan una posición estratégica en el proceso de construcción de identidades colectivas, (re)construyen la realidad social en la misma medida que informan sobre ella y hacen partícipes a la población de su percepción (Bergalli, 2006). Además, han desempeñado históricamente un papel primordial para la formación de las cogniciones sociales del público, lo cual permite formar estereotipos sobre ciertos grupos minoritarios. Esa tendencia de los medios a presentar contenidos que fomenten patrones en las formas de pensar se ha estudiado desde la *teoría del cultivo*, la cual plantea que la televisión cultiva percepciones y concepciones de los grupos los grupos minoritarios (Morgan, 2002).

Formulada en los años sesenta del siglo xx a partir de los estudios realizados por George Gerbner, junto a sus colaboradores, la teoría del cultivo establece que la exposición intensa a cierto tipo de medios, en especial a la televisión, crea y cultiva actitudes consistentes a una versión de la realidad construida por el medio, la cual suele diferir de la realidad en sí (Igartua y Humanes, 2004). Los seres humanos resultan ser los únicos que se comunican manipulando complejos sistemas de símbolos (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli y Shanahan, 2002). Otros seres vivos procesan e intercambian información, guardan impresiones y modifican su comportamiento debido a un aprendizaje adquirido. Sin embargo, en las personas “la mayor parte de lo que sabemos o creemos saber nunca lo hemos experimentado personalmente, sabemos lo que sucede con base en las historias que escuchamos y lo que nos cuentan, somos las historias que contamos” (Gerbner et al., 2002, p. 7).

Gerbner (1999) veía a la comunicación no como una manera de alcanzar un objetivo específico, sino como una herramienta cultural básica que iba más allá del poder comunicativo, planteando que cualquier mensaje era una expresión social e histórica de relaciones físicas y sociales concretas. Así, trataba de desarrollar modelos de comunicación que buscaran distinguir los rasgos puramente persuasivos y que se relacionaran a controles o cambios de actitud y comportamiento como se venía haciendo. La comunicación es una interacción a través de mensajes, un proceso distintivamente humano y humanizado que crea y se guía por el ambiente simbólico que constituye la cultura (Shanahan y Morgan, 1999). En este proceso de interacción, señala Gerbner (1999), se transmiten historias que pueden definir cómo son las cosas, o señalar a las personas qué hacer en sus vida diaria. Todo este tipo de historias son utilizadas en la actualidad y diseminadas por los medios de comunicación, y de forma muy especial por la televisión.

Los contenidos que maneja la televisión son sumamente diversos y se pueden presentar en forma de comedia, noticias, comerciales, telenovelas u otros tipos de programas. La televisión, en la mayoría de los casos, es un producto que, junto a otros tan

habituales como la ropa o la comida, se consume desde la infancia, haciéndola una parte esencial de la vida de toda persona. Ello le ofrece la posibilidad a este medio de cultivar desde momentos tempranos estereotipos y preferencias que anteriormente eran cultivados por diferentes medios (Signorielli, Gerbner y Morgan, 1995). A partir de esta asunción, desde la teoría del cultivo se ha desarrollado un amplio trabajo de investigación en tres líneas estratégicas.

Desde el *análisis institucional* se estudian las políticas que determinan la creación de los mensajes; en el *análisis del sistema* se busca “delinear con precisión las características seleccionadas y las tendencias que el mundo de la televisión presenta a sus espectadores” (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1996, p. 41) y, finalmente, el *análisis de la aculturación* estudia los efectos de esta representación en la audiencia que la consume. Dentro de la segunda línea de estudio, se ha señalado que es muy importante conocer los indicadores culturales presentes en la televisión, los cuales constituyen una especie de barómetro de la importancia sobre los temas culturales, en similar función a la desempeñada por otros indicadores empleados habitualmente, como pueden ser los económicos (Shanahan, 2004).

En el repertorio cultural nacionalista se ha manejado una imagen o concepto del indígena que se ha convertido en una de las bases sobre las cuales se han ido construyendo las identidades de los países latinoamericanos, ya sea para inmortalizarla y regocijarse en su glorioso pasado o para negarla y afirmar su total exterminio (Giménez, 2000). De ahí que cuando alguno de los miembros de esas comunidades indígenas revela su etnicidad puede correr el riesgo de ser discriminado en el terreno social, pero también en el laboral (Durín, 2007).

El estereotipo que se maneja de cada grupo social, como puede ser el indígena, conlleva que si alguno de sus miembros no utiliza determinadas características que se creen son representativas de los mismos, es probable que los individuos de otros grupos sociales no logren identificarlo como perteneciente a cierta comunidad o grupo étnico, haciendo que pase inadvertido dentro de la sociedad. Pero en el momento en que esta persona presente rasgos que evocan algún estereotipo tradicionalmente asociado con un grupo indígena, como puede ser en forma de vestuario o del idioma o acento que hable, es probable que la impresión del interlocutor cambie, llegando incluso a un rechazo y discriminación, debido a ciertos prejuicios existentes previamente. A este proceso pueden contribuir los estereotipos mostrados en los programas de televisión, en especial si en ellos se presenta a un indígena mostrando comportamiento no adecuado. Ello podría reforzar en la audiencia el rechazo y minusvaloración al ser personas desviadas de la norma. Es decir, si la información que se presenta en los medios está distorsionada, ello repercutirá reforzando estereotipos o imágenes desvirtuadas de los indígenas.

Poco a poco, la televisión se ha ido convirtiendo en una especie de religión preindustrial que maneja una gran similitud con las funciones sociales, repitiendo pautas constantes que se utilizan para redefinir al mundo y legitimar así el orden social. De acuerdo con Gerbner et al. (2002), estas pautas pueden presentarse en forma de mitos, ideologías, hechos, etc. De igual modo, existe una condición llamada realismo represen-

tacional, definida como una manera muy peculiar en que las historias son contadas, llevando al espectador a la suposición de que lo que ve que pasa en el mundo de la televisión, muy probablemente también ocurre en la realidad (Shanahan y Morgan, 1999). De acuerdo con este planteamiento, los estereotipos de las clases marginadas representadas en la televisión ayudarán a configurar para muchos su realidad social. Por ello resulta imprescindible conocer el uso que de los estereotipos de los indígenas se está realizando en los programas de televisión, para lo que se utilizará la técnica del análisis de contenido ampliamente empleada en el análisis de cultivo (Bilandzic, 2006). En este sentido, se plantean las siguientes preguntas de investigación a las que se pretende dar respuesta con este estudio:

PI1: ¿Qué tanta presencia tienen los personajes indígenas dentro de los programas de televisión, y qué rol juegan en ellos?

PI2: ¿Qué aspectos sociodemográficos son utilizados principalmente en los programas de ficción para crear los estereotipos de los indígenas?

PI3: ¿Qué aspectos físicos de caracterización y de personalidad son utilizados principalmente en los programas de ficción para crear los estereotipos de los indígenas?

PI4: ¿Existen diferencias en la caracterización de los personajes indígenas en los programas de la televisión mexicana local frente a la nacional?

Método seguido

Muestra y unidad de análisis

El estudio que se presenta a continuación contempla un análisis de contenido comparativo de los programas de entretenimiento y ficción emitidos por las televisoras locales del estado de Nuevo León, así como las nacionales de la República Mexicana. Se utilizó esta técnica de análisis para evaluar los mensajes que el público en general está recibiendo del medio al cual es expuesto (Igartua y Humanes, 2004). Todo proceso de cultivo mediático implica la presentación, a través de programas y contenidos, de ciertos estereotipos, rasgos o roles con que son asociados los grupos sociales. Por ello dentro de la teoría del cultivo se considera el análisis de mensajes que se presentan en la televisión mediante la definición de las pautas más recurrentes, estables y dominantes de su contenido, las cuales son presentadas en la mayor parte de programas, mediante imágenes consistentes y valores que pueden convertirse en marcos de entendimiento o *indicadores culturales* para el consumidor regular (Gerbner et al., 2002; Shanahan y Morgan, 1999).

Se analizó la programación de tres canales de televisión local de Nuevo León: Multimedios Estrellas de Oro (*Canal 12*), Tv Azteca Monterrey (*Canal 7*) y Televisa Monterrey (*Canal 34*). Asimismo, se analizaron los canales nacionales de televisión abierta: Televisa (*El canal de las estrellas* o *Canal 10*) y Tv Azteca (*Azteca 13* o *Canal 13*). Con ello se pretendía conocer la imagen del indígena generada en los programas emitidos.

Dentro de estos canales, el universo de estudio venía constituido por todos los programas de ficción y entretenimiento de origen mexicano emitidos a lo largo de la semana. Para un trabajo más efectivo, en el caso de la televisión local se analizaron únicamente los programas grabados durante mayo, junio y julio de 2009, mientras que para la televisión nacional se analizó de marzo a junio de 2010. Se consideraron todos los días de la semana, así como los programas que estuvieran englobados en alguna de las siguientes tres franjas de horario: 6 a.m. a 12 p.m., 12:01 p.m. a 6:00 p.m. y, por último, de 6:01 p.m. a 12:00 a.m. De esta manera, se estima que se pudo analizar el máximo de la programación presentada en los canales y vista por los telespectadores.

En la selección de los programas emitidos por los canales, fueron excluidos los comerciales, las noticias, los programas de entretenimiento (por ejemplo, *realities*) o de ficción (películas, series, *sitcoms*) de origen extranjero, así como los programas y espacios dedicados a la ayuda social. Esto se estableció de acuerdo con lo postulado por Signorelli, Gerbner y Morgan (1995), quienes recomiendan centrarse exclusivamente en programas diferentes a los que se enfocan en las noticias y programas de tipo magazines o de entretenimiento local, donde los conceptos repetitivos no son tan claros y crean un elevado riesgo de perder de vista lo más esencial de la televisión, que es ser el narrador de historias comunes y sucesos cotidianos. Los programas extranjeros quedaron descartados ya que el estudio se enfoca sólo a la representación que programas locales le dan al indígena mexicano y no a otros puntos de vista.

Seleccionados los tiempos, se procedió a identificar dentro de los programas semanales la aparición de personajes indígenas, para utilizar exclusivamente los programas que mostraran estos personajes, ya fueran ficticios o reales. En esta fase se detectaron un total de tres programas emitidos dentro de las televisoras locales que contenían 31 personajes caracterizados como indígenas de un total de 46 personajes presentes en dichos programas (32.6%). En lo que respecta a la televisión nacional, se detectaron un total de 5 programas con representación indígena en sus contenidos, en los cuales había un total de 874 personajes, de los que 7.3% eran personajes indígenas ($n = 64$).

De toda la programación de las televisoras locales, sólo tres programas presentaron indígenas en su espacio: los programas de variedades *Gente Regia* (Televisa Monterrey), *El Club* (Televisa Monterrey) y la serie *Lo que la gente cuenta* (TV Azteca Monterrey). En lo que respecta a la *televisión nacional*, los programas donde se detectaron personajes indígenas fueron las telenovelas *Zacatillo*, *Mar de Amor* (Canal 10), *Vidas Robadas* y *Soy tu Dueña* (Tv Azteca 13) y la serie *Lo que llamamos las mujeres* (Tv Azteca 13). Debido a los diversos formatos que tienen los programas de variedades como *Gente Regia* y *El Club*, se codificó a los personajes indígenas sólo en los *sketches* en los que éstos aparecían, tomándolos como unidad de contexto. Por su parte, en las series y telenovelas se tomó como unidad de contexto el capítulo y no el programa en su conjunto. De esta manera, un mismo personaje podría ser evaluado tantas veces como en capítulos apareciera.

Para la realización del análisis de contenido, se elaboró un libro de códigos, a partir de estudios precedentes y aportaciones personales, compuesto por los siguientes apartados:

- a) *Datos de identificación básicos*: Se codificó el tipo de programa analizado (1= película, 2 = serie y 3 = programa de entretenimiento y variedades), así como el tipo de personaje (1 = principal, 2 = secundario y 3 = reparto o *background*). También se evaluó el género (1 = masculino o 2 = femenino) y el grupo de edad, donde 1 representaba ser niño (0-12 años), 2 ser adulto-joven (18-30 años), 3 ser adulto (31-64 años) y 4 ser anciano (65 años y más). Asimismo, se evaluó el nivel de estudios del personaje, deduciéndose partir de la forma de actuar, hablar o comportarse del personaje o de algún otro factor externo que permitiera detectarlo. Finalmente, se codificó de manera abierta la profesión que desempeñaba, así como la comunidad de pertenencia del personaje, en caso de que ésta se indicara.
- b) *Rasgos físicos del personaje*: Se codificó de forma dicotómica (1 = sí y 0 = no) si el personaje tenía alguna de las siguientes características físicas: ojos oscuros, complexión delgada, complexión normal o estándar, complexión gorda/obesa, estatura alta, estatura estándar, estatura baja, cabello negro, piel oscura, apariencia física guapa o apariencia física estándar. También se identificó si tenía acento, entendiendo por éste la entonación o modulación de la voz de un personaje, la cual se integra de las particularidades fonéticas, rítmicas y melódicas que caracterizan el habla de un país, región, ciudad, etcétera.
- c) *Aspectos de caracterización del personaje*: De la misma manera, se evaluó si el personaje tenía (1) o no (0) las siguientes características de apariencia: aparecer maquillado, aparecer natural (sin maquillaje), tener adornos (con accesorios), aparecer sencillo (sin accesorios ni adornos), llevar ropa casual, llevar ropa tradicional, ir con un peinado arreglado, con el peinado desaliñado, aparecer sucio o aparecer limpio en apariencia y vestimenta.
- d) *Rasgos de personalidad del personaje*: Se buscó evaluar también algunas características de corte actitudinal de los personajes. De esta manera, se pidió a los codificadores que indicaran si el personaje era (1) o no (0) agradecido, ingrato, amistoso, antisocial, bueno, malo, desconfiado, confiado, desleal, leal, injusto, justo, calmado, alterado, pasivo, flojo, trabajador, tonto, inteligente y abierto.

Codificación y análisis de fiabilidad

El análisis de contenido fue realizado por dos investigadores, el trabajo desarrollado por ambos consistió en visionar los programas seleccionados, en los cuales se identifi-

caban los personajes tanto indígenas como no indígenas, realizando así el proceso, con apoyo del libro de códigos diseñado para identificar todas las variables buscadas. Con posterioridad al proceso de codificación, y a fin de estimar la confiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se codificó nuevamente toda la muestra, al estar constituida por pocas unidades. El valor mínimo obtenido tras el chequeo de la fiabilidad intercodificadores (fórmula de la Pi de Scott) fue de .94 en la muestra de personajes de la televisión local y .99 para la muestra de la televisión nacional, lo que indica una alta confiabilidad. Todos los datos obtenidos en la codificación fueron capturados y analizados con el paquete estadístico SPSS v. 20.0. Para la realización del análisis estadístico de los datos se utilizó la prueba del Chi cuadrado, al contar únicamente con variables cualitativas en el estudio y pretenderse comparar los resultados obtenidos en la muestra de programas de la televisión nacional y de la local.

Análisis de los resultados

Considerando el número total de personajes analizados, el 68.4% de los mismos ($n = 31$) fue localizado en la programación de Televisa, frente a un 31.6% ($n = 64$) en Tv Azteca. Un dato importante también es que la mayoría de los personajes indígenas participaban en telenovelas ($n = 62$; 65.3%), frente a la presencia de sólo 3 personajes en series de televisión ($n = 3$; 3.1%). Por su parte, se localizaron 30 personajes (31.6%) en programas de entretenimiento y variedades, todos ellos en las televisoras locales. Al comparar estos géneros de los programas por el tipo de televisión, se detectó que en la local dominaba la presencia de personajes provenientes de programas de entretenimiento, mientras que en la nacional dominaban los personajes de las telenovelas. Por su parte, las series tenían una presencia similar en ambos tipos de televisoras, presentando un número parecido de personajes indígenas, $\chi^2(2, N = 95) = 91.967, p < .001$.

Respecto al rol de los personajes analizados, se encontraron 26 personajes indígenas que ocuparon una posición de principal como personaje estelar (27.4%). La caracterización mayoritaria fue en roles secundarios ($n = 46$; 48.42%), aunque también con una fuerte presencia de los personajes de reparto o *background* ($n = 23$; 24.21%). Un estudio comparado entre los tipos de televisoras analizadas reveló diferencias estadísticamente significativas, $\chi^2(2, N = 95) = 65.706, p < .001$. Así, los personajes indígenas tendían a ocupar un rol principal en mayor medida en los programas de la televisión local (80.6%), mientras que en la televisión nacional dominaba el uso de personajes indígenas en los roles de secundario (65.6%) o de reparto (32.8%). También es importante recalcar que sólo en un programa se hizo mención a la comunidad de pertenencia del personaje presentado, siendo ésta la comunidad huichol presentada en la televisión local.

Al analizar aspectos sociodemográficos, se detectó que en su mayoría los personajes indígenas de la televisión eran mujeres ($n = 82$; 86.3%), en el grupo de edad adulto de entre 31 a 64 años aproximadamente ($n = 72$; 75.8%), de los que no se sabe su nivel de estudios, pues no fue indicado en ningún caso. Al comparar entre las programacio-

nes nacional y local, se detectaron diferencias estadísticamente significativas respecto a la variable sexo, $\chi^2(1, N = 95) = 18.514$, $p < .001$, siendo la televisión local la que en mayor medida presenta hombres (35.5%) y la nacional mujeres (96.9%). Por el contrario, no se encontraron diferencias en cuanto a los grupos de edad, $\chi^2(3, N = 95) = 2.975$, $p = .395$.

Tabla 1. *Comparaciones de las profesiones desempeñadas por los personajes indígenas en función del tipo de televisora (en porcentajes por columna)*

	Porcentaje total	Tipo de televisora	
		Local	Nacional
Campesina	32	0	38.1
Cantante	6.7	41.7	0
Curandero-partera	4.0	0	4.8
Empleada doméstica	25.3	8.3	28.6
Estudiante	9.3	50	1.6
Pescadora	22.7	0	27

Nota: N = 95. Las diferencias fueron significativas a nivel *** $p < .001$

En lo que se refiere a la profesión u oficio que desempeñaban los personajes indígenas dentro de los programas analizados (véase tabla 1), se encontró que un 32% era caracterizado como campesinas ($n = 24$), seguidas en presencia por las empleadas domésticas ($n = 19$; 25.3%) y las pescadoras ($n = 17$; 22.7%). Se puede apreciar que otras profesiones como cantante (6.7%), estudiante (9.3%) y curandero o partera (4%) quedaban relegados a un total de 15 casos de la muestra en conjunto. Además, había 20 casos que no pudieron ser clasificados al no detallarse profesión alguna. Sin embargo, la presencia de estas profesiones no era homogénea en las dos televisoras, sin duda alguna debido al tipo de programas que presentaban cada una de ellas, $\chi^2(5, N = 75) = 81.574$, $p < .001$. En este sentido, las campesinas (38.1%), las empleadas domésticas (28.6%), pescadoras (27%) y curandero o partera (4.8%) tenían una especial presencia en los programas de la televisión nacional. Por su parte, los programas de las televisoras de ámbito local tendían a presentar en mayor medida cantantes (41.7%) y estudiantes (50%), sin duda alguna, debido al carácter de entretenimiento y variedades que dominaba entre sus programas.

Tabla 2. Comparaciones de los aspectos físicos presentes en los personajes indígenas en función del tipo de televisora (en porcentajes por columna)

	Porcentaje total	Tipo de televisora		<i>p</i>
		Local	Nacional	
Ojos oscuros	100	100	100	-
Complexión delgada	7.4	6.5	7.8	.812
Complexión promedio	52.6	16.1	70.3	.000
Complexión gorda/obesa	40	77.4	21.9	.000
Estatura alta	26.3	25.8	26.6	.937
Estatura promedio	32.6	12.9	42.2	.004
Estatura baja	41.1	61.3	31.2	.005
Cabello negro	98.9	96.8	100	.149
Piel blanca	44.2	0	65.6	.000
Piel oscura	55.8	100	34.4	.000
Apariencia física promedio	98.9	96.8	100	.149
Acento	40	74.2	23.4	.000

Nota: *N* = 95. Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto físico analizado.

Respecto a la representación física del indígena (véase tabla 2), se observa que los personajes caracterizados como tal siempre son representados con ojos negros, al encontrarse 100% de los personajes con esa característica. Respecto a su complexión, se pudo constatar que los personajes principalmente son presentados con una complexión promedio (52.6%) o más bien gorda u obesa (40%). Son pocos los casos donde aparecen personajes indígenas con complexión delgada (7.4%). La estatura que más veces se encuentra es baja (41.1%), aunque hay una presencia también fuerte de personajes con estatura normal o promedio (32.6%) y alta (26.3%). Por otra parte, casi la totalidad de los personajes indígenas tienen el cabello negro (98.9%) y una apariencia física promedio (98.9%), alejada por tanto de ser feos pero también guapos. Finalmente, dominan los personajes con piel oscura (55.8%), aunque con una presencia fuerte de los que tenían piel blanca (44.2%) y sólo 40% tenía un acento marcado.

Entrando al detalle de las diferencias por tipos de televisoras, se detecta que la local tiende a presentar en mayor medida personajes con complexión gorda u obesa (77.4%) que la nacional, $\chi^2(1, N = 95) = 26.846, p < .001$. Los personajes indígenas de sus programas dominan, además, en la representación con una estatura baja (61.3%), $\chi^2(1, N = 95) = 7.788, p < .01$, y con piel oscura, $\chi^2(1, N = 95) = 36.465, p < .001$, presentando la totalidad de sus personajes ese rasgo físico. Finalmente, también en la televisión local aparecieron más personajes con un claro acento marcado (74.2%) frente a los que se

detectaron en la televisión nacional (23.4%), $\chi^2(1, N = 95) = 22.417, p < .001$. Por el contrario, las televisoras nacionales presentaban en sus programas en mayor medida personajes indígenas con una complexión promedio (70.3%), $\chi^2(1, N = 95) = 8.147, p < .01$, así como con una estatura normal (42.2%) y piel blanca (65.6%), $\chi^2(1, N = 95) = 36.465, p < .001$ (véase datos en la tabla 2).

Tabla 3. *Comparaciones de los aspectos de caracterización presentes en los personajes indígenas en función del tipo de televisora (en porcentajes por columna)*

	Porcentaje total	Tipo de televisora		p
		Local	Nacional	
Maquillado	82.1	61.3	92.2	.000
Natural (sin maquillaje)	15.8	32.3	7.8	.002
Adornado (con accesorios)	97.9	96.8	98.4	.596
Sencillo (sin accesorios ni adornos)	2.1	3.2	1.6	.596
Ropa casual	1.1	0	1.6	.484
Ropa tradicional	98.9	100	98.4	.484
Peinado arreglado	98.9	100	98.4	.484
Peinado desaliñado	1.1	0	1.6	.484
Sucio en apariencia y vestimenta	1.1	0	1.6	.484
Limpio en apariencia y vestimenta	98.9	100	98.4	.484

Nota: N = 95. Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto de caracterización analizado.

Respecto a los aspectos relativos a la caracterización exterior hecha de los personajes indígenas (véase tabla 3), se observa que en su mayoría aparecen maquillados (82.1%), con ropa tradicional (98.9%), el peinado arreglado (98.9%), con una apariencia de limpieza (98.9%) y con adornos o accesorios externos (97.8%). Junto a ello, se puede señalar igualmente que estos personajes tienden a carecer de una caracterización basada en llevar ropa casual (1.1%), llevar el peinado desaliñado (1.1%), con apariencia sucia (1.1%), sin accesorios ni adornos en el exterior (2.1%) o natural y no maquillados (15.8%). Esta pauta se repite casi de forma completa en ambos tipos de televisoras, pues sólo se detectaron diferencias estadísticamente significativas con respecto a dos de los aspectos antes señalados. Así, los personajes de la televisión nacional aparecían en mayor medida maquillados (92.2%), $\chi^2(1, N = 95) = 13.569, p < .001$, mientras que los personajes de la televisión local presentaban en su mayor parte una caracterización natural y sin maquillaje (32.3%), $\chi^2(1, N = 95) = 9.386, p < .01$.

Tabla 4. Comparaciones de los aspectos de personalidad presentes en los personajes indígenas en función del tipo de televisora (en porcentajes por columna)

	Porcentaje total	Tipo de televisora		<i>p</i>
		Local	Nacional	
Agradecido	58.9	58.1	59.4	.903
Ingrato	1.1	3.9	0	.149
Amistoso	69.5	87.1	60.9	.009
Antisocial	1.1	0	1.6	.484
Bueno	63.2	74.2	57.8	.121
Malo	1.1	0	1.6	.484
Desconfiado	3.2	3.2	3.1	.979
Confiado	28.4	0	42.2	.000
Desleal	2.1	3.2	1.6	.596
Leal	34.7	0	51.6	.000
Injusto	1.1	0	1.6	.484
Justo	18.9	0	28.1	.001
Calmado	26.3	71	4.7	.000
Alterado	28.4	3.2	40.6	.000
Pasivo	11.6	19.4	7.8	.099
Flojo	2.1	3.2	1.6	.596
Trabajador	56.8	74.2	48.4	.017
Tonto	1.1	3.2	0	.149
Inteligente	20	58.1	1.6	.000
Abierto	63.2	87.1	51.6	.001

Nota: *N* = 95. Los datos aportados representan el porcentaje de ocasiones en que los personajes analizados sí tenían el aspecto de personalidad analizado.

Por último, se realizó un análisis de los aspectos de personalidad presentes en los personajes indígenas considerados en el estudio (véase tabla 4). Se puede observar que normalmente el personaje televisivo indígena o caracterizado como indígena es amistoso (69.5%), agradecido (58.9%), bueno (63.2%), abierto (63.2%) y trabajador (56.8%). Además, suele aparecer como una persona calmada (26.3%), leal (34.7%), confiada (28.4%), inteligente (20%) y respetado (14.7%). Como se puede observar, en el retrato del indígena dominan los rasgos positivos de personalidad, quedando los negativos relegados a posiciones inferiores, como las de ingrato, antisocial, malo, injusto, tonto (todos ellos con 1.1% de apariciones), desconfiado (3.2%) y flojo o desleal (ambos

con 2.1%). Sólo tuvieron una presencia destacable los aspectos negativos de personalidad que retratan al indígena como pasivo (11.6%) y alterado (28.4%).

Al comparar el uso de estos aspectos de personalidad en los personajes atendiendo al origen de la televisora, se detectaron diferencias en nueve de las características revisadas (véase tabla 4). En este sentido, el personaje indígena o caracterizado como tal solía presentar una personalidad más amistosa en el caso de las producciones de la televisión local (87.1%) frente a las de la nacional (60.9%), $\chi^2(1, N = 95) = 6.739, p < .01$. También dominaban los programas de esta procedencia al presentar personajes calmados (71%), con una marcada diferencia respecto a los personajes localizados en la televisión nacional (4.7%), $\chi^2(1, N = 95) = 47.315, p < .001$. Esta importante diferencia también se detectó respecto al rasgo de personalidad referido a la inteligencia del personaje, el cual se presentó más en la televisión local (58.1%) que en la nacional (1.6%), $\chi^2(1, N = 95) = 5.647, p < .05$. Sin embargo, fue más equilibrada la utilización de los rasgos de trabajador, $\chi^2(1, N = 95) = 6.739, p < .001$, y abierto, $\chi^2(1, N = 95) = 11.333, p < .001$, en los cuales aún así dominaron las televisoras locales con 74.2 y 87.1%, respectivamente, frente a 48.4 y 51.6% respectivo de la televisión nacional. Por otra parte, cabe remarcar que la televisión nacional dominó en los retratos del indígena donde se utilizaban los rasgos de personalidad como ser confiado (42.2%), $\chi^2(1, N = 95) = 18.271, p < .001$, leal (51.6%), $\chi^2(1, N = 95) = 24.492, p < .001$, y justo (28.1%), $\chi^2(1, N = 95) = 106.757, p < .001$. Es destacable que en ningún caso se detectaron personajes que presentasen estos aspectos de personalidad en las televisoras locales analizadas. Finalmente, se observa que hubo una mayor presencia de personajes alterados en la televisión nacional (40.6%) que en la local (3.2%), $\chi^2(1, N = 95) = 14.359, p < .001$.

Discusión y conclusiones

De acuerdo con la teoría del cultivo (Gerbner, 1999), los medios tienen la capacidad de crear y reforzar, es decir, de cultivar estereotipos, ideas y actitudes en los receptores, formando la imagen de una realidad que en la mayoría de las ocasiones es distinta a la que las personas viven. En los casos en que esta representación “falsa” se produce, la idea generada en el público respecto de algún objeto o grupo social se ve orientada por los estereotipos que presenta la televisión y llegan al ciudadano en forma de indicadores culturales. En su trabajo, Lippman (1922) planteaba que los estereotipos son imágenes que existen en las mentes de las personas y son utilizados para capturar al mundo en que vivimos, procesando así de forma rápida y eficaz los estímulos entrantes basados en la presencia de pocas características relevantes. Por ello, el estudio de los estereotipos transmitidos por los medios, y en particular la televisión, es sumamente crucial, como ocurre con el caso del colectivo indígena mexicano.

Los resultados de la investigación permitieron observar que la representación del indígena presenta dos pautas muy diferentes si los programas donde aparecen pertenecen a la televisión local o la nacional. Mientras que la televisión local está más inclinada

hacia los programas de entretenimiento y variedades, donde normalmente es indígena el personaje principal, aunque también objeto de burla, en la televisión nacional se hace una representación en programas de ficción, tanto series como principalmente telenovelas. En este caso, aunque su participación es mayor entre el elenco de personajes, está limitada a ocupar roles narrativos bastante bajos, desempeñando normalmente papeles secundarios o de reparto. Lo anterior, sumado a que estas “elaboradas caracterizaciones” se encuentran más relacionadas con temas como humor y música, en trabajos que difícilmente se pueden identificar, si es que los tienen, o como empleados domésticos, campesinos o curanderos, pero siempre vestidos de forma tradicional, indica que son utilizados como un mero entretenimiento para el espectador de una forma hasta cierto punto inofensiva. Así pues, los indígenas –muchas veces elogiados como los “originales habitantes de México”– son mostrados en la televisión de ficción y entretenimiento como campesinos, curanderos, empleados domésticos, es decir, oficios sin una formación académica, y en ningún caso participan como doctores, ingenieros, esto es, personajes respetados en la sociedad por su preparación profesional y académica.

Utilizando las referencias anteriores de los diferentes autores y en combinación con los resultados arrojados por el estudio realizado, se puede responder a la primera pregunta de investigación, *¿qué tanta presencia tienen los personajes indígenas dentro de los programas de televisión, y qué rol juegan en ellos?*, que existe una baja presencia de personajes indígenas en la televisión local y nacional ya que sólo 95 son caracterizaciones étnicas. Es cierto que, respecto a los programas donde aparecían estos personajes, supusieron cerca del 10%, pero hay que recordar que fueron relativamente pocos los programas que presentaron retratos del indígena, lo cual lleva a que la presencia real en el total de programas estaría más cerca del 1%. Respecto de la segunda pregunta, *¿qué aspectos sociodemográficos son utilizados principalmente en los programas de ficción para crear los estereotipos de los indígenas?*, se observa que los rasgos de corte sociodemográfico con que se retrata al indígena en la televisión tienden a presentarlo, bien sea como sometido al resto de personajes que tienen roles predominantes en los programas, caso de la televisión nacional y sus series y telenovelas, o como un personaje ridiculizado como ocurre en muchas ocasiones en los programas de la televisión local. Se constata así que los medios, más allá de ofrecer un repertorio variado de imágenes del indígena mexicano, contribuyen a perpetuar, como señala Giménez (2000), los estereotipos y representaciones históricas que los han subyugado por siglos.

Entrando al detalle de algunos aspectos sociodemográficos, se puede señalar que la mujer indígena (82 personajes encontrados) es mucho más representada en los programas de la televisión nacional que el hombre (13 personajes). Esto puede ser debido a los oficios en los que son caracterizados estos personajes, por ejemplo, el de empleada doméstica. Por ello, es más sencillo identificar en televisión la representación de una mujer indígena que la del hombre, al ser muchas veces confundido con trabajadores del campo, como campesinos o pescadores. Resulta igualmente muy llamativo la nula apelación a la formación académica de los personajes, pues en ningún caso se pudo adivinar si los personajes tenían o carecían de algún tipo de estudios. Más allá de los pocos

casos de indígenas estudiantes que aparecieron en la muestra, nuevamente parece mantenerse el estereotipo tradicional que lleva a pensar en este grupo como falto de formación. A ello se une una clara imagen diluida de las características particulares de los colectivos indígenas del país, prefiriendo un proceso de unificación y creación de un arquetipo que pareciera cumplir para todos estos grupos. Esto se puede comprobar al observar cómo las televisoras, salvo en un caso, nunca indicaron la procedencia de los personajes indígenas y en muy contadas ocasiones los retrataron hablando idiomas indígenas. Es decir, los retratos televisivos van a seguir ayudando a crear estereotipos que se aplican de forma transversal a cualquier indígena mexicano, aunque realmente no sea así.

En lo relativo a las representaciones laborales del indígena, está muy marcada la diferencia entre televisión local y nacional, si bien debido al predominio de los diferentes programas televisivos encontrado en cada una de ellas. Así, la programación de ficción, centrada en series y telenovelas, tiende a presentar un indígena bien descrito laboralmente y dual en su representación. Por una parte, una fuerte presencia de los retratos rurales, marcados por las campesinas, pescadores, chamanes y parteras localizados, pero por la otra, una imagen más urbana donde destacan las empleadas domésticas. Es decir, se repite la visión bivalente del indígena en sus comunidades, atrasado y pobre, o el indígena en la ciudad, sometido y poco preparado. Frente a esta imagen, los programas de entretenimiento y variedades de la televisión local presentan un indígena donde la característica laboral no resulta importante para el personaje, más bien el ser indígena constituye su oficio. Bien como herramientas para transmitir elementos de su cultura, como el caso de los músicos que amenizan un fragmento del programa de variedades, bien como una excusa para la burla y la broma, a su costa o a través del *sketch* que el mismo personaje realiza.

Por otra parte, la tercera pregunta del estudio planteaba: *¿qué aspectos físicos, de caracterización y de personalidad son utilizados principalmente en los programas de ficción para crear los estereotipos de los indígenas?* La principal respuesta puede ser muy predecible al identificar a la mayoría de los indígenas con los ojos, cabello oscuro y piel morena. El perfil de belleza indígena no puede ser lo suficientemente bonito o feo para robar la atención del protagonista o de los actores secundarios, siempre debe conservar un papel que lo estereotipe con un tono de piel o de cabello, pero que —a no ser que busque llamar la atención debido a su vestimenta tradicional, lo cual remarca su estatus de indígena— no sea preferido o más apreciado que los demás personajes. En esta pregunta cabe recalcar que la percepción de belleza que se tiene de este grupo tiende a ser neutra, ya que su presencia en los programas suele ser más de “ambientación” o como el elemento de humor o folclor que un programa requiere por ser de producción mexicana. El personaje está y existe dentro de la trama, pero en un contexto donde su rol es de un perfil lo bastante bajo para no ser considerado el centro de la narrativa.

Resulta interesante comprobar las diferencias existentes entre ambas televisiones en cuanto a la caracterización del indígena, que sobre todo se detectan en los aspectos físicos. Y es que, mientras que en las series y telenovelas de la televisión nacional des-

tacan los personajes con piel blanca, estatura promedio, complexión promedio o alta, en los programas de variedades de la televisión local se encuentran personajes con piel oscura, estatura baja, complexión gorda, con acento marcado, etc. Pareciera observarse una desindigenización física en la televisión o programas de ámbito nacional, que se debe suplir con la caracterización exterior del personaje mediante la vestimenta y los accesorios. Un ejercicio donde coincide con el personaje aparecido en la televisión y programas emitidos normalmente en el ámbito local. Cabe recordar que, aunque en estos programas llegaron a aparecer indígenas reales, la mayoría de los retratos son caracterizaciones donde, como se observa, se utiliza una estereotipación que viene dada por los aspectos físicos unida a la caracterización externa.

En cuanto a los aspectos de personalidad de los personajes indígenas, se observó que en su mayoría se comportan de forma amistosa, leal, confiada y abierta, esto es, mostrando a un personaje siempre dispuesto a ayudar, servicial e inocente. Mismos aspectos que refuerzan a un personaje trabajador siempre acatando órdenes, pero con una dualidad dependiendo de la transmisión en la que este personaje aparezca. Es decir, a nivel local se le da un aspecto calmado y justo mientras que a nivel nacional es mucho más alterado. Sin embargo, a nivel nacional se le escenifica como un personaje mucho más respetado, lo que no sucede a nivel local, en el que se hacen siempre burlas y bromas pesadas a los personajes indígenas, buscando siempre ridiculizarlos. Y aunque se vea con respeto, cabe recordar que no por ello dejan de representar los oficios más bajos en la escala social.

Respondiendo a la última pregunta, que plantea si *¿existen diferencias en la caracterización de los personajes indígenas en los programas de la televisión mexicana local frente a la nacional?*, se puede concluir que sí se dan estas diferencias, aunque cabe matizar la naturaleza de las mismas. En primer lugar, parece existir más bien una diferencia entre programas y no tanto entre televisoras, si bien existen pautas de programación bien definidas en cada tipo de televisión. Junto a ello, las diferencias no llegan a permitir indicar que alguna de las televisoras presentara en unos mejores términos al indígena, pues mientras que la nacional preserva la dicotomía indígena de campo-indígena de ciudad, la local lo suele utilizar como objeto de burla. Esta investigación abre, sin embargo, una nueva pregunta, y es saber si la forma en que el indígena es presentado en la televisión, normalmente ridiculizado o minusvalorado como se ha podido observar, puede influir en que la sociedad acepte como válida esa representación del indígena a partir de las características físicas, forma de vestir y de hablar que parecen remitir a un estereotipo “cómic” del personaje, lo cual lo convierte en alguien distinto a la gente “normal”. Sin duda, es necesario la realización de estudios que puedan responder a esta pregunta, como en los capítulos posteriores de este libro se ha tratado de realizar.

Referencias

- Bergalli, R. (2006). *Flujos migratorios y su (des) control: puntos de vista pluridisciplinarios*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Bilandzic, H. (2006). The Perception of Distance in the Cultivation Process: A Theoretical Consideration of the Relationship Between Television Content, Processing Experience, and Perceived Distance. *Communication Theory*, 16(3), 333-355. doi: 10.1111/j.1468-2885.2006.00273.x
- Durin, S. (2007). ¿Una educación indígena intercultural para la ciudad? El departamento de educación indígena en Nuevo León. *Frontera Norte*, 19(38), 63-91.
- Durin, S. (2009). En *Monterrey hay trabajo para Mujeres. Proceso de inserción de las mujeres indígenas en el área Metropolitana de Monterrey*. Monterrey: CRN/UNESCO.
- Gerbner G. (1999). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication & Society*, 1(3-4), 175-194. doi:10.1080/15205436.1998.9677855
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1996). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías* (pp. 35-66). Barcelona: Paidós.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. y Shanahan, J. (2002). Growing Up with Television: Cultivation Processes. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 43-67). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, Inc.
- Giménez, G. (2000). Identidades étnicas: estado de la cuestión. En L. Reina (Coord.), *Los retos de la etnicidad en los Estados-nación del siglo XXI* (pp. 45-70). México: CIESAS/INI/Porrúa.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Macmillan.
- Morgan, M. (2002). *Against the Mainstream: Selected Writings of George Gerbner*. New York: Peter Lang Publishers.
- Navarrete, F. (2008). *Los pueblos indígenas de México*. México: Comisión de Desarrollo de los Pueblos Indígenas
- Shanahan, J. (2004). A Return to Cultural Indicators. *Communications. The European Journal of Communication*, 29(3), 277-294. doi: 10.1515/comm.2004.019
- Shanahan, J. y Morgan, M. (1999). *Television and its Viewers. Cultivation Theory and Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Signorielli, N., Gerbner, G. y Morgan, M. (1995). Standpoint: Violence on Television: The Cultural Indicators Project. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(2), 278-283. doi:10.1080/08838159509364304